

# Procter & Gamble se lleva el título de la farmacéutica con mejor posicionamiento SEO en México

## [Multimedia](#)

Con base en criterios de posicionamiento orgánico en buscadores, en el informe realizado por ROI UP Group, se analizan de manera pormenorizada las 25 empresas farmacéuticas con más facturación en México. Solo se 'cuelan' dos farmacéuticas mexicanas en el TOP 10 de las mejor posicionadas. Se trata de Pisa y Genomma Lab, cuyas posiciones son la sexta y la séptima, respectivamente

Según el ranking elaborado por la agencia de MarTech internacional ROI UP Group, Procter & Gamble ha logrado el primer puesto como agencia con mejor posicionamiento orgánico en buscadores. En este [Observatorio Pharma SEO México 2024](#) se han valorado aspectos muy concretos, como el tráfico, la optimización de la web, la presencia de la marca en Google o el posicionamiento para sus productos. Además, el número de backlinks o la autoridad de dominio, también han sido criterios que analizar en este informe.

Algunas de las razones que han llevado a la farmacéutica a conseguir el primer puesto del podio son: su buena posición en los rankings de Domain Authority y productos asociados, además de las puntuaciones positivas en optimización de la web, tráfico y la cantidad de keywords posicionadas en el TOP 3.

Por su parte, la suiza Novartis es la que obtiene el segundo puesto gracias a sus recientes resultados en rendimiento, Lighthouse, backlinks y Domain Authority, lidera las tres categorías. Le sigue de cerca Boehringer Ingelheim, que ha alcanzado la 3ª posición, a pesar de que su puntuación en los rankings de rendimiento Lighthouse, presencia de marca y optimización web, le llevarán a los primeros puestos de la lista.

En palabras de José Luis Agudo, Head del departamento de SEO de ROI UP, "este es un panorama cambiante en lo relativo al entorno digital, particularmente en SEO. Por ello, es fundamental la optimización de las herramientas de posicionamiento orgánico en buscadores, así como una supervisión constante de la presencia digital en el sector". Además, Agudo añade, "en una industria tan sensible como la farmacéutica, la información que llega a los usuarios es un elemento decisivo, sobre todo, cuando se trata de productos OTC".

Una metodología 'marca ROI UP': análisis, precisión y objetividad por delante  
Para la elaboración de este observatorio se tomó como referencia el TOP 25 de empresas farmacéuticas de productos OTC de México, excluyendo a aquellas que únicamente son distribuidoras, con base en el criterio de participación de las

empresas en el mercado mexicano. El objetivo ha sido medir el grado de optimización desde el punto de vista SEO de distintos aspectos, desde su presencia orgánica hasta análisis técnicos o de contenidos. Se ha tomado Google como motor de búsqueda de referencia por ser el más usado en México.

Sobre las herramientas utilizadas para el informe, destacan distintas plataformas que permiten analizar diferentes parámetros relevantes desde el punto de vista orgánico. Una de las principales ha sido Semrush, la cual permite analizar estimaciones de tráfico orgánico y pagado, así como conocer las palabras clave por las que está posicionada una web, ya sean de marca o genéricas. Además, permiten analizar los tipos de enlaces que apuntan a la web, su calidad y autoridad.

Asimismo, están, por un lado, Google Keyword Planner Tool, que ofrece estimaciones de volúmenes de tráfico mensual para determinadas palabras clave. Por otro, Google Lighthouse, que permite medir la calidad de ciertos parámetros de una web como performance, accesibilidad y buenas prácticas.

Dos farmas mexicanas en el TOP 10, Laboratorios Pisa y Genomma Lab Laboratorios Pisa se convierte en la farmacéutica mexicana con mejor puntuación, gracias a que obtuvo el primer puesto en los rankings de tráfico y top-3 keywords mejor posicionadas. Le sigue Genomma Lab como la segunda farmacéutica en México gracias a las puntuaciones obtenidas en los rankings de tráfico y top-3 keywords mejor posicionadas.

También hay empresas de origen mexicano en puestos inferiores, como puede ser el caso de Liomont, en 12ª posición, Sanfer en la posición 15, laboratorios Armstrong en la número 21 y Senosiain cerrando el ranking en última posición. Laboratorios Armstrong, por su parte, quedaría relegada a la posición 21, con buena nota en backlinks y rendimiento Lighthouse. Por último, se encuentra Laboratorios Senosiain, que cierra el ranking en el último puesto, con una no negativa puntuación en el ranking de productos asociados.

Margen de mejora considerable, como primera conclusión sobre la mayor parte de las farmacéuticas

La mayoría de las webs ofrecen un margen de mejora considerable. De hecho, la puntuación media de todos los sitios analizados es de un 44,46% y únicamente hay 4 webs con una puntuación por encima del 50%. Las webs de Boehringer Ingelheim, Roche, Procter & Gamble y Teva Pharma son las que han superado el porcentaje y, por tanto, han obtenido mejor puntuación en el ranking de optimización web.

Sobre la parte de los checklists (pre-auditoría) con nota menos favorable se encuentra la de optimización de contenidos y optimización de keywords, cuando probablemente es la mejor valorada por Google y la que puede hacer marcar la diferencia respecto a la competencia. Por tanto, es aquella que los expertos de ROI UP Group creen que más deberían trabajar la mayor parte de las webs.

En cambio, las partes del checklist con mejor nota media son la de diseño

optimizado y penalizaciones. Esta parte reúne los datos de rendimiento del tiempo de carga, duplicidad de los contenidos, la estrategia de idiomas y la seguridad y privacidad de la web. En este sentido, son las webs de Pisa y Procter & Gamble son las que reciben un mayor volumen de tráfico con keywords con marca. Pese a ello, Procter & Gamble muestra una excesiva presencia de esta clase de tráfico sobre el total (superando en ambos casos el 98%).

En palabras de Diego Jiménez, CEO de ROI UP Group, "no estar posicionado para tus propios productos es bastante peligroso, puesto que los usuarios van a leer sobre ellos en otras webs que quizás no ofrecen una información verídica o que no hablan bien de ellos. Por ello, hay que trabajar para que cuando el usuario busque información sobre sus productos sea esta la fuente la que consulte".

Además, se enfatiza cómo Google, cada vez más, considera el hecho de que una web tenga una buena optimización de performance y que esté totalmente adaptada a Mobile. De la misma forma, este apartado puede afectar positiva o negativamente a la experiencia de usuario, otro motivo por el que este aspecto debe estar bien trabajado.

El observatorio ya está disponible en la web de la agencia, junto con otros ya elaborados en México (Redes Sociales 2023), así como [los estudios sobre España](#), que se encuentran en su dominio español.

#### Sobre ROI UP Group

Avalada por más de 13 años de experiencia en el entorno digital y con más de 500 proyectos a sus espaldas, la agencia de MarTech cuenta con más de 10 años de presencia en México. Entre sus principales verticales se encuentra el sector Inteligencia Artificial, Life Science, Alimentación, Real Estate, así como diferentes empresas del entorno B2B. Hoy cuenta con un equipo multidisciplinar de más de 150 profesionales en sus filas, así como con una capacidad de servicio nativo en 13 idiomas. La agencia es líder en IA, SEO, Paid Media, SM & Creatividad y Data y, como algunos de sus focos más potentes, despuntan la Tecnología & desarrollo web. Entre sus clientes destacan compañías internacionales como Bayer, Thermomix, Colgate, Pepsico, NH Hoteles o Henkel. Este año desciende una posición, empujada por tener más foco en contenidos que en inversión en social ads.

---